

Cresta, Maximilian

Article — Digitized Version

Das Problem der Verteilungskosten in Italien

Wirtschaftsdienst

Suggested Citation: Cresta, Maximilian (1952) : Das Problem der Verteilungskosten in Italien, Wirtschaftsdienst, ISSN 0043-6275, Verlag Weltarchiv, Hamburg, Vol. 32, Iss. 4, pp. 237-239

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/131505>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Das Problem der Verteilungskosten in Italien

Maximilian Cresta, Rom

Obschon in Italien die Kosten der industriellen und der landwirtschaftlichen Produktion Gegenstand regelmäßiger statistischer Erhebungen bilden und die Aufmerksamkeit sowohl der wirtschaftslenkenden Stellen wie der privatwirtschaftlichen Zweigverbände genießen, so ist bisher doch wenig geschehen, das eigentliche Kostenproblem klarzulegen und nach seinen einzelnen Anteilen aufzugliedern und zu analysieren. In den USA. gehört der statistische Nachweis dieser Preiskomponenten zum Inventar der Kontrolle der Wirtschaftsentwicklung; auch in England (zumal seit den grundlegenden Feststellungen vom Jahre 1938) und in Deutschland wird der Wichtigkeit solcher Untersuchungen der unterschiedlichen Faktoren, die in der Überhöhung des Produzenten- (bzw. Import-) Preises zum Ausdruck kommen, Rechnung getragen. Dagegen ist man in Italien im großen und ganzen gewohnt, die Margen zwischen den Erzeugungs-, Großhandels- und Kleinhandelspreisen als Globalmaß für die Höhe der Verteilungs- oder Vertriebskosten („costi di distribuzione“) hinzunehmen. Dieses primitive Meßverfahren gestattet natürlich nicht, eine verlässliche Differenzierung zwischen richtigen und unrichtigen (gerechtfertigten und willkürlichen) Handelsbeiträgen zum Marktpreis vorzunehmen — eine Unterscheidung, die in einem Lande mit übersetztem Zwischenhandel um so aufschlußreicher wäre — und gestattet auch nicht, Maßnahmen zur Senkung der Verteilungskosten und damit des Endpreises an den zweckmäßigen Punkten wirksam werden zu lassen. Daß die italienischen Vertriebskosten zu hoch sind („unverantwortlich höher als in den meisten anderen Ländern“), gilt in Italien selbst als Axiom. Als Ursache hierfür werden je nach der kritischen Einstellung folgende Faktoren angeführt: die Atomisierung des Einzelhandels in kleine und kleinste Geschäftsbetriebe, die Überzahl der ambulanten Händler, die den Umsatz in den Läden verringern, Vorwiegen der Kleinverkaufsstelle im Familienbetrieb ohne zureichendes Umsatzkapital, deren Inhaber hinsichtlich der Vertriebskosten seine mitarbeitenden Angehörigen wie Angestellte einschätzen muß, weil er anders nicht leben kann.

Die Behörden erblicken in der freigebigen Verteilung von Gewerbescheinen — auch an Bewerber, die den Beweis ihrer Eignung schuldig bleiben — ein Mittel zur Arbeitsbeschaffung. Die Folge davon ist, daß ein großer Teil des italienischen Kleinhandels qualitativ unzulänglich besetzt ist. Von anderer Seite wieder wird die Hauptschuld dem Fiskus zugewiesen, dessen System den Kaufmann zum Steuereinnahmer gemacht habe. Schädlicher als eine noch so hohe Steuer auf die Ware, auf das Endprodukt des Erzeugungsprozesses,

müsse die Besteuerung des Warenumsatzes — die allgemeine Inkassosteuer — die Verkaufspreise beeinflussen. Tatsächlich bildet sie für die italienischen Vertriebskosten einen mechanisch wirksamen Auftrieb. Ferner werden die hohen Zinssätze angeführt, die mit den von den Banken verrechneten Provisionen, Gebühren und Spesen jede Kreditinanspruchnahme auf 10 bis 12% stellen. Gegenüber 1938 sind die Betriebsauslagen der Institute bei Verringerung des Geschäftsumfanges infolge der inflationsbedingten Erweiterung des Filialnetzes und des Personalstandes um rund 35% — im Vorkriegsgeldwert — gestiegen. Auch der Diskontverkehr erfordert eine Verzinsung, die in der Praxis beträchtlich über die offizielle Rate hinausgeht. Ubrigens kann man heute in Italien kaum von einem eigentlichen Handelskredit sprechen. Sieht man von der Wechselhereinnahme ab, so sind Bankkredite für den Großhandel schwer, für den Einzelhandel überhaupt nicht zugänglich. Diese Argumente werden besonders in den Vordergrund gestellt, weil es sich um Steigerungskoeffizienten der Vertriebskosten handelt, die nicht bloß im Endpreis zum Ausdruck kommen, sondern außerdem die Preispolitik des Handels, vor allem des Kleinhandels, demoralisieren. Es liegt auf der Hand, daß der Handel in seiner Gesamtheit die bedeutenden Verluste, die ihm ständig aus seiner unzulänglichen Organisation, aus der Einschaltung allzu vieler kapitalschwacher, ungeeigneter oder auch betrügerischer Elemente erwachsen, durch einen entsprechend hoch angesetzten Risikoanteil im Preise wieder einzubringen oder vorwegzunehmen versucht. Psychologisch dürfte auch eine Rolle spielen, daß der Händler über die Begehrlichkeit des Fiskus, an die er immer zu denken hat, zur eigenen Begehrlichkeit findet oder daß die Teuerung ihn dazu verleitet, seinerseits auf einen ausgiebigen Preisnutzen bedacht zu sein. Sicherlich werden solche Überlegungen nicht nur in Italien angestellt. Könnte man aber die Spanne, die in Italien zwischen dem Produzenten-, Großhandels- und Kleinhandelspreis besteht, verlässlicher aufgliedern, als es heute möglich ist, so würde man zweifellos über die einzelnen Anteile der effektiven Vertriebskosten und unbeschadet des Faktors Zeit — der die Preisphasen trennt — zu einer Differenz gelangen, die den normalen Handelsgewinn erheblich überschreitet.

Bei der Beurteilung der Verhältnisse wird in Italien zumeist der Sachverhalt übersehen, daß es zwar gelungen ist, die Inflation zu stoppen, daß aber die Wirtschaft noch immer nicht aus dem Inflationskurs herausgekommen ist. Sie arbeitet mit zu hohen Kosten und mit zu breiten Gewinnmargen. Gilt dies für

die Produktion, so gilt es in verstärktem Maße für den Verteilungsapparat. Man sollte meinen, daß die Überbesetzung zumal des Kleinhandels einen verschärften Wettbewerb und dieser wieder einen Preisdruck auslösen müßte. Davon ist vorläufig nichts zu merken. Vielmehr hatte die Überbesetzung, die sich allerdings in der beständigen Zunahme der Konkurse, Vergleiche und Wechselproteste äußert, bisher nur das Ergebnis, das Wirksamwerden verbilligender Impulse zu behindern, weil deren zu viele sind, die sich in den Umsatz und in den Gewinn zu teilen haben. Sieht man sich doch in Italien der eigenartigen Situation gegenüber, daß die Preissenkungen des Großhandels (oder eigentlich der Produktion, die in ihrer Preispolitik sich den Exportmöglichkeiten anpassen muß) während der letzten einhalb Jahre vom Kleinhandel nicht nur nicht berücksichtigt, sondern mit einer langsamen, aber beständigen Hebung des Einzelpreinsniveaus beantwortet wurden. Von Seiten der gleichfalls noch an der Inflationsmentalität haftenden Verbraucher ist kein Widerstand zu erwarten. Da der Konsum vorwiegend dem Lebensmittelmarkt zugewandt ist, der bei der beschränkten Kaufkraft der breiten Bevölkerungsschichten den Zentralpunkt der Nachfrage bildet, werden bei den landwirtschaftlichen Produkten diese Verhältnisse besonders deutlich. Der im März 1951 in Mailand abgehaltenen Studienkonferenz für das Problem der Verteilungskosten lag ein Referat der Piemonteser landwirtschaftlichen Beobachtungsstelle vor, in dem zur Illustrierung der Verteuerung eines Produktes auf dem Verteilungsweg ein besonders krasser Fall vorgebracht wird. Eine Partie Orangen, die dem sizilianischen Produzenten mit 37,50 Lire pro kg bezahlt wurde, hat der Groß- an den Kleinhändler zum Preise von 57 Lire weitergegeben, und der Konsument bekam sie zum Preise von 125,— Lire pro kg, was einer Erhöhung des Ursprungspreises um 233 % entspricht. Für derartige Unterschiede die Höhe der effektiven Vertriebskosten verantwortlich zu machen, wäre widersinnig, auch wenn man nach verschiedentlich gemachten Vorschlägen unter dem Titel dieser Kosten den an der Operation beteiligten (Groß-, Zwischen- und Klein-) Händlern eine „Arbeitsquote“ zuspricht, über die hinaus erst der Geschäftsgewinn sich anschließen würde. Auch der Landwirt, der sein Vieh bis zum Schlachthaus bringt, muß sich mit einem Lebendgewichtpreis begnügen, der nicht viel mehr als ein Drittel jenes Preises ausmacht, der dann beim Verkauf des Fleisches samt Knochenzulage in den Fleischereien erzielt wird. Bis zum Laden herunter ist der Lebensmittelhandel in Italien zu einem sehr einträglichen Geschäft geworden, das jedem Fleischer, Bäcker, Wurst-, Obst- und Gemüsehändler ein Leben zu führen gestattet, wie es sich kein Festangestellter leisten kann. Aber auch die lagerungsfähigen Verbrauchswaren der Industrie weisen im Einzelhandel (allerdings bei geschrumpftem Absatz) um 40 bis 80 % höhere Preisansätze als im Großhandel auf. Während der Paritätswert der Lira rund ein Fünfzigstel von 1938 beträgt, sind der durchschnittliche Kleinhandelspreis in Italien auf das Zweundsechzigfache, die meisten Lebensmittel auf das

Siebzugfache, einige sogar — wie das Fleisch — auf das Neunzigfache der Vorkriegszeit gestiegen (nur der Tischwein ist im Preise zurückgeblieben). Daraus ergibt sich jedenfalls, daß die Kaufkraft der Lira unter die Parität des italienischen Zahlungsmittels gesunken ist.

Produktion und Großhandel drängen auf eine Rationalisierung der italienischen Verteilungsorganisation, weil eine Herabdrückung der Kleinhandelspreise eine Umsatzerweiterung herbeiführen würde. Man will erreichen, daß das Zentralamt für Statistik die Vertriebskosten aufgegliedert in seine regelmäßigen Veröffentlichungen einbezieht. Aber Staat und Behörden üben Zurückhaltung. Denn die praktischen Folgerungen einer Klarlegung der Preiskomponenten müßten letztlich der offiziellen Wirtschaftspolitik zuwiderlaufen. Man möchte — solange es geht — Maßnahmen gegen die Hypertrophie des Zwischen- und auch des Kleinhandels¹⁾ vermeiden — und wären es auch nur solche, die eine Lizenzbewilligung vom Bedarf oder vom Kapital- und Eignungsnachweis abhängig machen, weil das für den Arbeitsmarkt nachteilige Folgen haben könnte. Auch die Steuerbehörde — also letztlich die Regierung — dürfte kaum einem Bereinigungsverfahren geneigt sein, das schließlich die Beseitigung der Übergewinne und der dadurch bedingten hohen Steuereingänge zur Folge hätte.

Was bis heute in Italien an Vorarbeiten zur Auseinandersetzung mit den Problemen der Vertriebskosten geleistet wurde, stammt so gut wie ganz aus den von einigen Wirtschaftsstellen oder von Einzelpersonen (Wirtschaftstheoretikern und verschiedenen Statistikern der italienischen Hochschulen) durchgeführten Untersuchungen. Zwangsläufig sind diese Ermittlungen entweder auf eine Stadt (für Mailand allein liegen Angaben vor, die Anspruch auf statistischen Wert erheben können, ohne daß sie jedoch analytisch genügenden Aufschluß geben) oder auf bestimmte Warenkategorien bzw. bestimmte Kostenanteile beschränkt. Solches Material lag der oben erwähnten Mailänder Studienkonferenz auf Grund einer größeren Anzahl von Referaten vor, die allerdings vorwiegend akademisch gehalten waren und sich im wesentlichen mit den grundsätzlichen Fragen der Zusammensetzung der Vertriebskosten und des zweckdienlichen Ermittlungsvorganges beschäftigten. Die amerikanische Statistik wurde als richtungweisend angesehen. Über den Arbeitskostenanteil für den Handel wurde eine Schätzung als Ergebnis von Umfragen vorgelegt, nach der diese Quote 1938 zwischen 11 und 12 % vom Kleinhandelspreis ausmachte, während sie gegenwärtig zwischen 15 und 20 % (je nach den Handelszweigen) schwankt. Davon entfallen 9—12 % auf den Lohn, je 3—4 % auf zusätzliche Aufwendungen (dreizehnter Monatsbezug usw. und Sozialleistungen) und auf die Abgaben. Für den Lebensmittelgroßhandel findet man in einem der Mailänder Konferenzen vorgelegten Bericht die Verteilungskosten global mit ungefähr 4,8 %,

¹⁾ In Italien besteht nur ein Großkaufhaus, die „Rinascente“, und drei mittlere „Verkaufsmagazine“, die zum Konzern der genannten Aktiengesellschaft gehören. Das Verhältnis zwischen den großen, mittleren und kleinen Detailkaufleuten wird mit 8 zu 17 zu 75 angegeben, was infolge des fließenden Überganges zwischen den drei Kategorien nur einen ungefähr informativen Wert hat.

deden mittleren Reingewinn mit 1,45 % vom Verkaufspreis angegeben. Eingehend wurde die Überorganisation des italienischen Handels besprochen. Eine längere Abhandlung von Prof. C. Fabrizi enthält Angaben über die Zunahme der Lebensmittelläden seit 191938. Was Rom anlangt, dessen Bevölkerung von 191936 bis 1951 um 43 % (von 1 173 034 auf 1 678 664) angewachsen ist, liegt eine über den Einwohneranstieg hinausgehende Verdichtung der Einzelverkaufsstellen bei Milchhandlungen (+ 58 %), bei Drogerien²⁾ (+ 82 %), bei Fischverkäufern (+ 60 %) und bei Geflügel- und Schaffleischgeschäften (+ 75 %) vor, während die Zunahme der anderen Lebensmittelverkaufsläden ungefähr im Einklang mit der Bevölkerungsdichte der Hauptstadt geblieben ist. Die Standverkäufer auf den Gemeindemärkten haben sich von rund 5 500 auf 7 000 vermehrt. Für einige Provinzstädte ist die Zu- oder Abnahme der Lebensmittelgeschäfte im Verhältnis zur Bevölkerungszahl aus folgender Übersicht zu entnehmen (in %):

Stadt	Großhandel	Kleinhandel	ambulante Händler
TuTurin	+ 88	- 2	
ReReggio Emilia	+ 207	+ 9	+ 10
LiLivorno	- 25	+ 11	+ 79
FlFlorenz	+ 95	- 32	
BoBologna	+ 448	+ 20	
MoModena	+ 170	- 4	+ 90
FeFerrara	+ 102	+ 90	+ 43
NeNeapel	+ 146	- 5	
PaPadua	+ 327	+ 53	+ 57
VeVenedig	+ 66	+ 39	+ 39
BrBrescia	+ 104	+ 10	
VeVerona	+ 115	+ 22	+ 29
BarBari	+ 166	+ 20	+ 442

Hierbei ist anzumerken, daß die bei weitem überwiegende Mehrzahl der seit Kriegsende aus dem Boden geschossenen Firmen des Lebensmittel-Großhandels nach Kapital und Warenlager sehr bescheidenen Umfanges ist, während im Kleinhandel schon vor dem Krieg in den meisten italienischen Städten bereits eine Überbesetzung zu verzeichnen war.

Handelsbetriebe nach der Zählung von 1939

Betriebe des Großhandels	44 621
Betriebe des Kleinhandels	777 087
Gaststätten	37 276
Sonstige Betriebe (einschl. der Apotheken) und solche für Dienstleistungen	285 160
Insgesamt	1 144 144

Diese 1 144 144 Betriebe beschäftigten 1 770 249 Angestellte. Es entfielen somit je ein Kaufmann (einschließlich der ambulanten Händler) auf 55 Einwohner und 1 (Großhändler auf 17 Einzelhändler. Für die gegenwärtige Zeit stehen keine belegbaren Angaben zur Verfügung, doch hebt der obengenannte Bericht hervor, daß die angeführten Zählungsziffern seit dem Krieg eine beträchtliche, weit über die Bevölkerungszunahme hinausgehende Vermehrung erfahren haben, woraus folgt, daß die auf den einzelnen Handelstreibenden entfallende Kopffzahl, die schon früher zu gering gewesen war, sich weiterhin verringert hat. Hierin liegt die stärkste Ursache für die Erhöhung der Vertriebskosten in Italien und für das Übermaß auch der Gewinnquote im Verhältnis zum Ursprungspreis. Daß heute der Gesamtgewinn aus der Verteilungsorganisation Italiens bei weitem das zulässige Maß

²⁾ Die italienischen Drogerien sind zum Verkauf bestimmter Lebensmittel, wie Mehl, Brot, Hülsenfrüchte, Trockenobst, Wein u. a. ermächtigt.

übersteigt, ergibt sich aus der Überzahl derjenigen, auf die er sich — mit höchsten Anteilen im Lebensmittelhandel — verteilt.

Es wurde bereits darauf hingewiesen, daß bisher lediglich aus Mailand — wenn auch nicht vollständige — Ermittlungsangaben zum Vertriebskostenproblem verfügbar geworden sind. Da sie sich auf die wirtschaftliche Hauptstadt Italiens beziehen, ist die Annahme berechtigt, daß die Verhältnisse in den anderen Städten und Provinzen des Landes mit sicherlich schlechter organisiertem Verteilungsapparat nicht günstiger liegen können. Aus der Zusammenstellung, die der Studienkonferenz vorlag, soll abschließend das Wichtigste herausgegriffen werden.

Handelsspannen im Mailänder Lebensmittel-Kleinhandel in % des Preiserlöses

Ware	Vertriebskosten	Ware	Vertriebskosten		
Teigware	6,92	9,22	Geflügel	36,75	23,64
Reis	15,18	11,99	Rindfleisch	36,57	36,60
Butter	11,00	8,88	Speck	12,70	13,05
Gorgonzola	29,75	12,98	Schinken	22,75	10,89
Kaffee, gebr.	43,29	33,33	Kartoffeln	31,11	29,00
Zucker	3,61	4,00	Eier, Dutzend	10,40	3,55
Tischwein	27,50	26,89	Bohnen	16,60	17,05
Olivenöl	12,67	11,43	Milch	10,26	10,00

Zahl der Handelslizenzinhaber des Mailänder Handels

Handelszweig	Großhandel		Kleinhandel	
	1938	1950	1938	1950
Lebensmittel	548	1 176	9 439	10 776
Sonstige Handelszweige	1 481	4 914	11 812	15 926

Position	1936	1950
Angestelltenzahl des Mailänder Handels	97 555 (8,76 %)	132 402 (10,31 %)
Einwohnerzahl Mailands	1 114 111	1 284 000

Im Jahre 1938 entfielen 51,65, im Jahre 1950 nur mehr 39,16 Personen der Stadtbevölkerung auf je eine Handelsfirma Mailands. Ende 1950 entfielen auf einen Grossisten 9,16 (1938: 17,22) Kleinhändler im Lebensmittelhandel und nur 3,40 (1938: 7,98) Detaillisten im anderen Warenverkauf.

Kostenaufgliederung für den Mailänder Kleinhandel 1950 in % des Preiserlöses

Position	Elektro- u. sanitäres Material				
	Möbel	Schuhe	Textilien	Geschirr	
Einstandspreis	74,58	77,20	80,00	71,00	70,00
Personal	7,57	3,10	7,30	7,84	7,00
Miete	2,34	2,65	5,50	3,02	3,00
Ander. Lokalspesen	0,55	0,60	0,20	0,50	0,50
Verarbeitungskosten	—	—	—	0,15	—
Verkehrsmittelauslagen	0,40	0,35	0,70	0,53	0,30
Diverse Spesen	1,04	3,30	—	3,75	1,00
Steuern und Abgaben	4,28	5,20	3,70	5,38	5,00
Verluste aus Kreditverkauf	0,75	0,10	0,50	0,46	0,50
Amortisation	0,25	1,50	1,00	2,95	3,00
Bruttogewinn	8,24	6,00	1,10	7,42	9,70
Handelsspanne	25,42	22,80	20,00	29,00	30,00

Position	Drogerien	Obst u. Gemüse	Fleisch	Brot	Fisch	Wurst
	Einstandspreis	81,52	70,34	81,50	69,03	80,00
Personal	3,55	5,15	5,65	17,74	4,26	3,91
Miete	0,99	3,01	1,00	2,56	2,00	0,99
And. Lokalauslagen	0,55	1,29	0,55	—	0,53	0,14
Verarbeitungskosten	—	—	—	—	0,05	0,11
Verkehrsmittelauslagen	0,21	1,44	1,25	—	0,48	0,24
Diverse Spesen	0,26	1,84	0,25	0,13	0,29	0,54
Steuern u. Abgaben	3,35	4,48	3,00	2,68	5,06	3,76
Verluste aus Kreditverkauf	0,09	0,37	0,35	—	0,26	0,15
Amortisation	0,09	0,59	0,50	1,40	0,18	0,51
Bruttogewinn	9,39	11,49	5,95	6,46	6,89	6,07
Handelsspanne	18,48	29,66	18,50	30,97	20,00	16,33